

**FORMULARZ WNIOSKU/INTERPELACJI\*\***

Zgłoszony/a na sesji Sejmiku Województwa Lubuskiego w dniu: 10 IV 2017

przez Radną/Radnego: Małgorzata Goszewska-Lola

w sprawie: Miśji gospodarczych

URZĄD MARSZAŁKOWSKI  
WOJEWÓDZTWA LUBUSKIEGO  
Biuro Sejmiku

21-04-2017

Nr rej. 618 ilość zał. ....

JM

Treść wniosku/interpelacji:

W związku z projektem promującym kalendarie małej średniej przedsiębiorstwa poprzez udział w misjach gospodarczych, uprzejmie proszę o informacje, które z zaplanowanych misji w roku 2017 są kontynuacją misji z lat poprzednich, ile osób i jeli student osobowy z podmiotem ma przedsiębiorstwa i przedstawicieli urzędu pracy lub biuro obywateli w misjach z  
zaliczonymi w poprzednich misjach powołali przedsiębiorcy (kont osobowy) - jeli kont powołali przedstawiciele - z jeli do departamentu z, tak o kalendarie kalendarium koordynacji i podsumowanie efekty misji gosp. Jeli i jeli umowy dot współpracy zostały podpisane, w jeli sposób oceniane są efekty misji gospodarczych, które odbyły się w latach ubiegłych z

Proponuję załatwienie sprawy: Prośba o przedstawienie analizy dot. misji gosp.  
(wypełnić w przypadku wniosku)

Małgorzata Goszewska-Lola

(podpis)

\*zaznaczyć właściwe

\*\*Każdy wniosek składany przez Radnego, zgodnie z § 41 ust. 1 Statutu Województwa Lubuskiego powinien zawierać krótkie przedstawienie stanu faktycznego sprawy oraz (przede wszystkim) **proponując jej załatwienie**. Wniosek, który nie będzie zawierał propozycji rozwiązania sprawy, będzie traktowany i rozpatrywany jako interpelacja, czyli kierowany do departamentu merytorycznego a nie do Zarządu Województwa.



Lubuskie

Wicemarszałek  
Województwa Lubuskiego  
Stanisław Tomczyszyn



Zielona Góra, 5 maja 2017 r.

DM.I.0003.6.2017

W P Ł Y N Ę Ł O  
URZĄD MARSZAŁKOWSKI  
WOJEWÓDZTWA LUBUSKIEGO  
Biuro Sejmiku

08-05-2017

Nr rej. 776 ..... ilość zał. ....

Podpis ..... *ST* .....

Pani  
**Małgorzata Barbara**  
**Gośniowska-Kola**  
Radna Województwa Lubuskiego

Szanowna Pani Radna,

Odpowiadając na Pani interpelację zgłoszoną w dniu 10 kwietnia 2017 roku w sprawie projektu „Promocja gospodarcza województwa lubuskiego poprzez organizację i udział w zagranicznych targach i misjach gospodarczych”, współfinansowanego z Regionalnego Programu Operacyjnego Lubuskie 2020, Działanie 1.4. Promocja regionu i umiędzynarodowienie sektora MŚP, Poddziałanie 1.4.1. Promocja regionu i umiędzynarodowienie sektora MŚP – projekty realizowane poza formułą ZIT, poniżej przedstawiam informacje.

### I. Geneza projektu i analiza potrzeb MŚP

Głównym celem projektu jest stworzenie rozpoznawalnej na świecie gospodarczej marki regionu poprzez promocję oferty eksportowej i inwestycyjnej województwa lubuskiego na arenie międzynarodowej (rynk europejskie, azjatyckie i amerykańskie) z jednoczesnym budowaniem wizerunku regionu jako miejsca atrakcyjnego dla nowych inwestycji oraz regionu przyjaznego przedsiębiorcom. Do celów szczegółowych, ściśle powiązanych z celem głównym należą zwiększenie potencjału eksportowego firm z regionalnego sektora MŚP. Województwo lubuskie pod względem wartości eksportu w 2015 roku plasuje się na 9. miejscu w kraju z wartością bliską 4 mld euro. Pod tym względem tylko nieznacznie ustępuje ono województwu łódzkiemu (4,3 mld euro) oraz podkarpackiemu (4,04 mld euro). Województwo lubuskie utrzymuje nadwyżkę eksportu nad importem w sposób nieprzerwany od 2010 roku, co można uznać za bardzo korzystną sytuację. Zaznaczyć należy jednak fakt, że głównym odbiorcą lubuskich produktów eksportowych pozostają Niemcy. Promocja lubuskich marek na rynkach światowych dzięki udziałowi w organizowanych przez Urząd Marszałkowski misjach i targach przyczyni się do zdwersyfikowania rynków zbytu i wpłynie pozytywnie na wyniki finansowe



firmy i na wpływy do budżetu z podatku CIT, co ostatecznie przełoży się na poprawę jakości życia mieszkańców regionu. Realizacja wyjazdów z lubuskimi przedsiębiorcami na misje gospodarcze wraz z przeprowadzeniem akcji promocyjno – informacyjnej na temat walorów gospodarczych województwa lubuskiego rozpoczęło proces kształtowania świadomości istnienia marki regionalnej na nowych rynkach eksportowych. Ponadto udział władz samorządowych w misjach wpływa na budowanie relacji z partnerami zagranicznymi opartej na zaufaniu i wiarygodności.

Najczęstszym sposobem promocji w regionie wciąż pozostaje Internet. Taka forma promocji może służyć jako główne źródło wstępnych informacji, jednak aby skutecznie pozyskać inwestora czy partnera biznesowego konieczny jest kontakt osobisty; do działań takich można zaliczyć prezentowanie terenów pod inwestycje, spotkania B2B na imprezach promocyjnych, wystawach i targach. Dzięki realizacji projektu będzie możliwe osiągnięcie następujących efektów długofalowych takich jak poprawa atrakcyjności inwestycyjnej i gospodarczej oraz konkurencyjności województwa lubuskiego, ograniczenie migracji mieszkańców i inwestorów do innych regionów oraz wzrost poczucia tożsamości regionalnej i identyfikacji z regionem.

Projekt „Promocja gospodarcza województwa lubuskiego poprzez organizację i udział w zagranicznych targach i misjach gospodarczych” swoim zakresem obejmuje promocję gospodarczą województwa lubuskiego na arenie międzynarodowej z jednoczesnym budowaniem wizerunku regionu jako miejsca atrakcyjnego dla nowych inwestycji oraz regionu przyjaznego przedsiębiorcom. Budowanie pozytywnego gospodarczego wizerunku województwa opiera się m.in. na wzroście konkurencyjności regionu, zwiększeniu potencjału eksportowego firm z sektora MŚP województwa lubuskiego oraz rozpoznawalności przedsiębiorstw na wybranych rynkach zagranicznych. Bezpośrednia prezentacja MŚP podczas targów i misji gospodarczych, szczególnie branżowych, przynosi najlepsze efekty i w rezultacie prowadzi do zwiększenia potencjału eksportowego firm. Tego typu działania przyczyniają się do rozszerzenia rynków eksportowych i pozyskiwania partnerów zagranicznych.

Wyboru kierunków ekspansji gospodarczej lubuskich firm dokonano w oparciu o raport pt. „Potencjał inwestycyjny i eksportowy województwa lubuskiego w aspekcie rozwoju gospodarczego gmin i przedsiębiorstw z terenu województwa lubuskiego”.

Głównym przedmiotem badania był potencjał handlu zagranicznego województwa lubuskiego. Zaprezentowano m.in. kluczowe dane charakteryzujące sytuację gospodarczą w regionie. Wskazano najważniejsze parametry związane z tym zagadnieniem, tj. m.in. wybrane wskaźniki gospodarcze regionu takie jak liczba podmiotów gospodarki narodowej wpisanych do rejestru REGON, kształtowanie się produktu krajowego brutto na poziomie regionów, ludność ogółem i inne. Na terenie województwa zarejestrowanych w rejestrze REGON jest ponad 110 tys. podmiotów gospodarczych, co stanowi 2,67% na tle kraju. Zdecydowanie dominuje sektor mikroprzedsiębiorstw, zatrudniających do dziewięciu osób. Takich podmiotów jest 105,4 tys., co stanowi 95,7% wszystkich zarejestrowanych podmiotów.



W raporcie zaprezentowano również strukturę eksportu i importu województwa lubuskiego na tle kraju i innych województw oraz strukturę towarową eksportu. W eksporcie województwa lubuskiego dominują grupy produktów, które są bezpośrednio powiązane z inteligentnymi specjalizacjami regionu lub też obszarami specjalizacji przyjętymi w projekcie Programu Rozwoju Innowacji Województwa Lubuskiego.

Tabela: Najważniejsze grupy produktów eksportowych

Najważniejsze grupy produktów eksportowych	Powiązanie z inteligentną specjalizacją regionu lub też obszarem specjalizacji
Meble; pościel, materace, stelaże pod materace, poduszki itp.; lampy i oprawy oświetleniowe, reklamy świetlne	Przemysł meblarski
Pojazdy nieszynowe oraz ich części i akcesoria	Przemysł motoryzacyjny
Maszyny i urządzenia elektryczne oraz ich części; rejestratory i odtwarzacze dźwięku, rejestratory i odtwarzacze obrazu i dźwięku oraz ich części i akcesoria	Przemysł motoryzacyjny (częściowo)
Papier i tektura; artykuły z masy papierniczej, papieru lub tektury	Przemysł papierniczy
Drewno i artykuły z drewna; węgiel drzewny	Przemysł drzewny
Tworzywa sztuczne i artykuły z nich	Brak powiązania wprost (częściowo sektor produkcji tworzyw sztucznych jest uwzględniony w Programie Rozwoju Innowacji w ramach łańcucha wartości żywności – tacki, folia, puszki)
Wyroby z żeliwa lub stali	Przemysł metalowy
Aluminium i artykuły z aluminium	Przemysł metalowy
Kotły, maszyny i urządzenia mechaniczne; ich części	Przemysł motoryzacyjny (częściowo) Przemysł metalowy (częściowo)
Mięso i podroby jadalne	Zdrowie i jakość życia (zdrowa, bezpieczna żywność)



Zdecydowanym liderem, jeżeli chodzi o kraj docelowy eksportu województwa lubuskiego, są Niemcy. Wśród innych najważniejszych są takie państwa jak: Węgry, Wielka Brytania, Francja, Belgia, Holandia, Czechy, Ukraina, Włochy, Hiszpania, Stany Zjednoczone, Szwecja, Dania, Słowacja i Szwajcaria. Ogółem firmy z województwa lubuskiego wyeksportowały swoje produkty w 2015 roku do 140 krajów na świecie.

Potrzeba dywersyfikacji rynków i uniezależnienie się od rynku niemieckiego spowodowała, że na listę rynków perspektywnych oprócz krajów europejskich trafiły także kraje obu Ameryk, Afryki oraz Azji, jak w tabeli poniżej:

Sektor	Rynki kluczowe	Rynki perspektywiczne
<b>Metalowy</b>	Niemcy, Belgia, Holandia, Węgry	Norwegia, Turcja, Kanada, Algieria, Korea Południowa, Indie, Kazachstan
<b>Drzewny</b>	Niemcy, Francja, Holandia, Włochy	Kraje skandynawskie, Szwajcaria
<b>Papierniczy</b>	Niemcy, Wielka Brytania, Francja, Włochy	Rosja, Hiszpania, Portugalia, Argentyna
<b>Meblarski</b>	Niemcy, Wielka Brytania, Francja, Czechy, Holandia, Włochy	Norwegia, Szwajcaria, Chiny, Austria, Brazylia, Meksyk, Kanada, Kazachstan
<b>Energetyczny i wydobywczy</b>	Niemcy, Belgia	Kraje skandynawskie (energia odnawialna)
<b>Motoryzacyjny</b>	Niemcy, Węgry Ponadto w zakresie maszyn i urządzeń elektrycznych Holandia, Ukraina, Hiszpania, Belgia, Wielka Brytania	Chiny, Turcja, Brazylia, Meksyk, Argentyna, Algieria, RPA Ponadto w zakresie maszyn i urządzeń elektrycznych Norwegia, Szwajcaria, Filipiny, Singapur, Korea Południowa, Indie, Izrael, Kanada
<b>ICT</b>	Niemcy, USA	Chiny, Tajlandia
<b>Artykuły spożywcze</b>	Niemcy, Włochy, Wielka Brytania, Irlandia, Hiszpania	Norwegia, Dania, Chorwacja, Szwajcaria, Austria, Brazylia, Meksyk, Argentyna, Filipiny, Algieria, RPA, Izrael, USA, Kazachstan



W dalszej części raportu przedstawiono m.in. analizę wiodących produktów regionalnych w kontekście rozwoju eksportu, określono kierunki promocji lubuskich przedsiębiorców na wybranych rynkach docelowych oraz poddano analizie potrzeby przedsiębiorców w zakresie narzędzi promocji regionu (na potrzeby uzyskania odpowiedzi w tym zakresie wykorzystano badania ankietowe na grupie 400 przedsiębiorstw). Warto zauważyć, że większość (65,4%) badanych przedsiębiorstw zakłada wzrost udziału eksportu w całkowitej sprzedaży swoich produktów. Najważniejsze kraje eksportu zasadniczo pokrywają się z czołówką rynków docelowych opracowaną na podstawie analizy danych statystycznych. Są wśród nich przede wszystkim kraje Unii Europejskiej, takie jak Niemcy (26,9%), Wielka Brytania (25,4%), Francja (22,4%), Czechy (22,4%), Włochy (19,4%), Holandia (17,9%) i Rosja (17,9%). Z krajów pozaunijnych wysoką pozycję zajmują Rosja oraz Norwegia. **Natomiast biorąc pod uwagę przyszłe potrzeby bądź plany rozwoju eksportu, zdecydowanymi liderami są kraje Unii Europejskiej.**

Ważnym elementem rozwijania działalności eksportowej jest obecność na targach i promocja produktów na arenie międzynarodowej. Organizacja wyjazdów na targi gospodarcze jest najbardziej efektywnym<sup>1</sup> i jednocześnie oczekiwanym<sup>2</sup> instrumentem promocji gospodarczej przedsiębiorstw na zagranicznych rynkach. Do najważniejszych korzyści z udziału w targach zagranicznych należy zdobycie nowych rynków zbytu, stałe zwiększanie sprzedaży, a także możliwość zbadania rynku i ocena swojej produkcji na tle międzynarodowej konkurencji. Jednak udział w misjach i targach zagranicznych jest jednocześnie dużym przedsięwzięciem logistycznym oraz finansowym. **Biorąc pod uwagę formę udziału w targach, zidentyfikowano następujące potrzeby i oczekiwania przedsiębiorstw:**

- Brak udziału osobistego/możliwości wystawienia się przy możliwości przekazania materiałów promocyjnych do umieszczenia na stoisku promocyjnym regionu. Wysoki i bardzo wysoki poziom zainteresowania tą formą udziału zadeklarowało 28,3% uczestników badań. Zupełny brak zainteresowania taką formą zidentyfikowano spośród 27,3% firm;
- Udział/wystawienie się połączone z możliwością wystawienia materiałów promocyjnych na wspólnym stoisku regionu. Taka forma cieszyła się zdecydowanie większym zainteresowaniem uczestników, wysoki i bardzo wysoki poziom zainteresowania zadeklarowało 52,5% respondentów. Tylko 13,1% nie byłoby w ogóle zainteresowanych tą formą.

**Biorąc pod uwagę uwarunkowania w zakresie organizacji udziału w targach, badane podmioty reprezentowały zróżnicowany poziom zainteresowania dodatkowym wsparciem ze strony instytucji organizującej wyjazd:**

---

<sup>1</sup> Badania przeprowadzone przez PAIH (dawniej PAIIZ).

<sup>2</sup> Z badań CATI.

- Wsparcie tłumacza w prezentacji produktów i rozmowach handlowych – wysoki i bardzo wysoki poziom zainteresowania wśród 36,4% uczestników;
- Wsparcie w zakresie wyszukania potencjalnych partnerów biznesowych, zorganizowania i przeprowadzenia spotkań – 41,4%;
- Wsparcie w zakresie transportu i logistyki eksponatów, materiałów, próbek na targi – 35,5%;
- Projektowanie, montaż i demontaż stoiska – 37,4%;
- Wsparcie organizacyjne – rezerwacja noclegów i biletów lotniczych, pozwolenia, wizy – 38,4%.

## II. Efekty udziału w misjach

Realizacja projektu przyczyni się do promocji regionu jako miejsca przyjaznego do inwestowania. Cel ten będzie realizowany przez przedsiębiorstwa zainteresowane obecnością na rynkach zagranicznych, nastawione na wzrost eksportu i nowe rynki zbytu. Wsparcie ukierunkowane jest na przedsięwzięcia ułatwiające ekspansję na rynkach zagranicznych przedsiębiorcom MŚP z województwa lubuskiego, zwłaszcza tym, którzy wpisują się w inteligentne specjalizacje regionu (RIS). Spodziewanym efektem wsparcia powinno być zwiększenie skali działalności gospodarczej, nawiązanie przez grupy przedsiębiorstw trwałych kontaktów międzynarodowych, co przełoży się za wzrost wielkości eksportu, zmianę jego struktury poprzez wzrost udziału eksportu na rynki europejskie. Realizacja inwestycji przyczyni się również do podejmowania dalszych inwestycji w przedsiębiorstwach. Każda firma, która bierze udział w misji gospodarczej wypełnia ankietę bezpośrednio po, a następnie rok po udziale w misji. Całościowe wyniki sondy zostaną zebrane i złożone w jedno opracowanie po ich przeprowadzeniu; posłużą one jako kierunkowskaz do dalszego funkcjonowania Departamentu zajmującego się przedsiębiorczością oraz Centrów Obsługi Inwestorów i Eksporterów w Urzędzie Marszałkowskim.

Już na tym etapie realizacji projektu można stwierdzić pozytywne efekty misji. Wielu przedsiębiorców podjęło szereg rozmów biznesowych, które mają realne szanse na biznesowy sukces zakończony podpisaniem kontraktów z nowymi partnerami. Wyjazd na misję do Brukseli i Luksemburga, czy na Białoruś dobrze oceniła cała grupa; np. firma MAZEL prognozuje, że bezpośredni kontakt z przedstawicielami Komisji Europejskiej, Parlamentu Europejskiego, czy lokalnych Izb Przemysłowo-Handlowych w przyszłości pozwolą skutecznie powalczyć o dostanie się na rynki państw Beneluxu. Hitem na rynkach zagranicznych okazał się także grafen metalurgiczny - lubuski produkt eksportowy. Przedstawiciele firmy Advanced Graphen Products Sp. z o.o. (AGP) z Zielonej Góry podkreślali, że udział w misji gospodarczej dał im wiele możliwości, a przede wszystkim uwiarygodnił firmę w kontaktach z potencjalnymi partnerami. Zważywszy na to, że potencjalnym klientem AGP są



instytucje naukowe, szczególnie te globalne, taka wiarygodność jest bardzo potrzebna. Po misji do krajów Beneluxu firmie udało się pozyskać ponad 20 kontaktów.

Misja gospodarcza na Białoruś miała szczególne znaczenie ze względu na wsparcie przez stronę rządową w ramach Forum Dobrosąsiedztwa, które uroczystie otwierał Wiceprezes Rady Ministrów RP Pan Mateusz Morawiecki. Lubuscy przedsiębiorcy mają duże możliwości nawiązania kontaktów handlowych ze stroną białoruską. Polska jest trzecim partnerem handlowym Białorusi i dziewiątym inwestorem. Udział w misji pozwolił dwóm lubuskim firmom na nawiązanie kontaktów z przedsiębiorstwami białoruskimi w zakresie pozyskania pracowników z branży budowlanej, trwają dalsze rozmowy w tym zakresie. Jedna z firm przedstawiła białoruskim przedsiębiorcom 5 ofert, z czego 3 przeszły do kolejnego etapu postępowania. Trzy firmy rozmawiają w zakresie możliwości sprzedaży swoich produktów na rynku białoruskim, jedna z nich dodatkowo zainteresowana jest importem towaru z Białorusi - płyty klejonej. Kolejna firma SIMA ze Szprotawy, podczas misji we Włoszech rozpoczęła rozmowy z producentem detali architektonicznych, który szuka możliwości rozpoczęcia produkcji blisko granicy niemieckiej. Również firma POLMAR z Zielonej Góry poprzez wizytę w Parku Naukowo-Technologicznym ComoNext w Lombardii rozważa rozpoczęcie współpracy z innowacyjną firmą produkującą ledowe świetliki, imitujące mocne światło słoneczne.

Przedsiębiorcy z sektora IT właśnie wrócili z targów Hannover Messe, najważniejszego wydarzenia dla branży w Europie i na świecie. Polska w tym roku była krajem partnerskim wydarzenia, co skutkowało tym, że oczy całego świata techniki były skoncentrowane właśnie na polskich przedsiębiorcach i polskiej myśli technicznej. Polskie stoisko narodowe na targach otwierała premier RP Beata Szydło wraz z kanclerz Niemiec Angelą Merkel. Na ponad 1tys. metrach kwadratowych prezentowały się polskie, w tym lubuskie firmy, promując innowacyjne produkty oraz rozwiązania. Targi w Hanowerze były doskonałą okazją do kompleksowej promocji lubuskiej gospodarki na arenie międzynarodowej i budowania silnych polskich marek w dziedzinie wysokich technologii. Bardzo uwiarygodniający był także udział reprezentantów polskiego rządu na targach i wsparcia jakiego udzielili polskim przedsiębiorcom. Na stoisku narodowym obecne było także Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, osiem regionów w tym województwo lubuskie, pięć Specjalnych Stref Ekonomicznych oraz Urząd Dozoru Technicznego.

Dzięki aktywnemu udziałowi w targach na stoisku wystawienniczym Polski, lubuscy przedsiębiorcy odbyli setki rozmów z partnerami zagranicznymi, co postrzegają jako bardzo satysfakcjonujące. Co najważniejsze, produkty lubuskie wpisały się w krajową markę gospodarczą i zyskały identyfikację, która jest tak ważna na arenie międzynarodowej.

W czerwcu realizowana będzie kolejna misja na Camacol's Hemispheric Congress do Miami, która jest kontynuacją pierwszej z 2014 roku. Efektem pierwszego wyjazdu było sprzedanie firmy SINUS Polska Sp. z o.o. światowemu koncernowi SBG HOLDING GMBH & CO. KG, z którym kontakt



nawiązano w USA. Firma AJ Group od tej pory sprzedaje produkty w Stanach Zjednoczonych oraz nawiązała kontakt z amerykańską firmą, która chce produkować produkty pod swoją marką w zakładzie firmy AJ Group. Firma Magnus Organy dzięki pozyskanemu kontaktowi sprzedała do USA dwa instrumenty. Firma Benimet po rozeznaniu możliwości rynku i poznaniu jego specyfiki zrealizowała zlecenia dla klientów z USA. Firma AMP podpisała 2 umowy przedstawicielstwa na reprezentowanie przedsiębiorstwa na terenie Meksyku i USA. Obecnie z sukcesem prowadzi sprzedaż swoich towarów na terenie Meksyku. Sukces poprzedniego pobytu spowodował, że to wydarzenie znalazło się na liście nowego projektu. Warto nadmienić, że konkretne umowy handlowe i kontrakty firmy zawierają po większym upływie czasu. Poprzedzone jest to negocjacjami oraz dalszym eksplorowaniem rynku, dzięki pozyskanym kontaktom. Departament Przedsiębiorczości i Strategii Marki monitoruje lubuskie przedsiębiorstwa, biorące udział w organizowanych misjach gospodarczych w dłuższej perspektywie czasu, nawet do dwóch lat po zrealizowanej misji.

### **III. Organizacja misji**

Organizacja zagranicznej misji handlowej jest kilkietapowa i odpowiada Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju. Po analizie rynku zagranicznego rozpoczyna się rekrutacja, która zawsze ma charakter otwarty i skierowana jest do wszystkich przedsiębiorców z sektora MŚP we wskazanych branżach i posiadających siedzibę w Województwie Lubuskim. Przed wyjazdem na misje odbywa się na miejscu szkolenie dla przedsiębiorców, przybliżające specyfikę danego rynku i kierunku eksportowego. Szkolenie jest otwarte i mogą w nim uczestniczyć także inni przedsiębiorcy lub inne podmioty, którzy wcześniej prześlą swoje zgłoszenie. Po zakończonej misji Urząd przeprowadza ankiety ewaluacyjne oraz organizuje spotkanie podsumowujące z uczestnikami misji oraz przedstawicielami Zarządu Województwa. Do przygotowania misji przypisywane są dwie osoby z Wydziału Przedsiębiorczości i Strategii Marki, które jednocześnie biorą udział w przedsięwzięciu. Pula dla przedstawicieli samorządu to 4 miejsca, opłacane w ramach projektu unijnego „Promocja gospodarcza województwa lubuskiego poprzez organizację i udział w zagranicznych targach i misjach gospodarczych”.

#### **Odbyte misje:**

#### **Misja na Białoruś (październik 2016 r.)**

Wartość: 62 850 zł

Wartość osobowa: 4 489,28 zł

Wkład własny MŚP: 673,40 zł



Pracownicy przygotowujący misję: Marzena Kubiak, Daniel Chalecki (Departament Przedsiębiorczości i Strategii Marki).

Samorząd reprezentowali: Tadeusz Jędrzejczak, Członek Zarządu Województwa Lubuskiego, Wacław Maciuszonek, Radny Województwa i dwóch pracowników COIE (Centrum Obsługi Inwestorów i Eksporterów).

**MŚP:**

Lp.	Nazwa	Miasto	Zakres działalności
1.	Lignapol S.C.	Skwierzyna	Produkcja elementów meblowych, płyt drewnianych
2.	Alpodach Sp. z o.o.	Żary	Produkcja konstrukcji drev. i metal. dla budownictwa. Prod. obiektów z drewna. Prod. pokryć dachowych i rynien metalowych
3.	Prefadom Fabryka Domów Sp. z o.o.	Gorzów Wielkopolski	Realizacja inwestycji budownictwa mieszkaniowego i przemysłowego. Produkcja elementów żelbetowych
4.	POLMAR	Zielona Góra	Prace budowlane. Dobór, sprzedaż, montaż i serwis urządzeń klimatyzacyjnych.
5.	AMP Sp. z o.o.	Chociule	Produkcja urządzeń termotechnicznych – piece próżniowe do hartowania i nawęglania próżniowego
6.	KANBUD	Gorzów Wielkopolski	Wykonywanie instalacji elektrycznych.
7.	Remix S.A.	Świebodzin	Produkcja linii technologicznych bazujących na urządzeniach do obróbki cieplnej
8.	Prodwodrol Sp. z o.o.	Sulechów	Wytwarzanie urządzeń ciśnieniowych i bezciśnieniowych służących zaopatrzeniu
9.	Centrum Komina	Zielona Góra	Produkcja i montaż systemów kominowych
10.	SIMA sc	Szprotawa	Detale architektoniczne

**Misja do Brukseli i Luksemburga (Benelux, luty 2017 r.):**

Wartość: 108 890 zł

Wartość osobowa: 7 777,85 zł



Wkład własny MŚP: 1 435,02 zł

Pracownicy przygotowujący misję: Justyna Śmielska-Saniuk, Paweł Hładki.

Samorząd reprezentowali: Alicja Makarska, Członek Zarządu Województwa Lubuskiego, Dyrektor Departamentu Przedsiębiorczości i Strategii Marki oraz dwóch pracowników Lubuskiego Centrum Obsługi Inwestora.

**MŚP:**

Lp	Nazwa	Miasto	Zakres działalności
1.	Advanced Graphen Products,	Zielona Góra Lubuskie/Polska	Produkcja grafenu
2.	FScockpit.eu	Zielona Góra Lubuskie/Polska	IT, konstrukcja i produkcja symulatorów lotu
3.	Mazel S.A.,	Nowa Sól Lubuskie/Polska	Roboty związane z budową linii telekomunikacyjnych i elektroenergetycznych
4.	DTP Sp.z o.o.,	Zielona Góra Lubuskie/Polska	Badania naukowe i prace rozwojowe, informatyka
5.	Abacus,	Gorzów Wielkopolski Lubuskie/Polska	IT/ ICT, przetwarzanie danych
6.	Instatec Group	Zielona Góra/Polska	energia odnawialna
7.	Prosper Advertising&Publishing Maciej Czerniawski	Gorzów Wielkopolski Lubuskie/Polska	IT, przetwarzanie danych, zarządzanie stronami internetowymi
8.	THIS WAY ( Krzysztof Mikołajczak )	Gorzów Wielkopolski Lubuskie/Polska	IT, eksportowa
9.	Monster&Devices, (start- up)	Zielona Góra Lubuskie/Polska	Start-up IT

**Misja do Mediolanu (Włochy, marzec 2017 r.):**

Wartość: 94 890 zł

Koszt osobowy: 6 777,85 zł

Wkład własny MŚP: 1 250,52 zł

Pracownicy przygotowujący misję: Elżbieta Rutkowska, Elżbieta Sielicka.



Samorząd reprezentowali: Elżbieta Anna Polak, Marszałek Województwa Lubuskiego, Anna Synowiec, Radna Województwa, Zastępca Dyrektora Departamentu Przedsiębiorczości i Strategii Marki wraz z dwoma pracownikami Wydziału Przedsiębiorczości i Strategii Marki.

**MŚP:**

Lp.	Nazwa	Miasto	Zakres działalności
1.	Lignapol S.C.	Skwierzyna	Produkcja elementów meblowych, płyt drewnianych
2.	Alpodach Sp. z o.o.	Żary	Produkcja konstrukcji drew. i metal. dla budownictwa. Prod. obiektów z drewna. Prod. pokryć dachowych i rynien metalowych
3.	Prefadom Fabryka Domów Sp. z o.o.	Gorzów Wielkopolski	Realizacja inwestycji budownictwa mieszkaniowego i przemysłowego. Produkcja elementów żelbetowych
4.	POLMAR	Zielona Góra	Prace budowlane. Dobór, sprzedaż, montaż i serwis urządzeń klimatyzacyjnych.
5.	PHU ART-FLOOR Artur Śniecikowski	Wilkanowo	Kompleksowe działanie w zakresie podłóg i ich montażu; przygotowanie podłoża; dobór odpowiedniego pokrycia; montaż; czyszczenie i konserwacja podłóg, montaż systemów czyszczących
6.	KANBUD	Gorzów Wielkopolski	Wykonywanie instalacji elektrycznych.
7.	DXP-Budownictwo Świątek, Wiśniowski Spółka Jawna	Gorzów Wielkopolski	Budownictwo przemysłowe i mieszkaniowe
8.	Biuro Projektów i Realizacji Inwestycji AMPERTECH Justyna Wesoły	Gorzów Wielkopolski	instalacje i sieci niskoprądowe (teletechniczne, teleinformatyczne), instalacje bezpieczeństwa (SAP, DSO, oświetlenie awaryjne), instalacje i systemy alarmowe (monitoring CCTV, kontrola dostępu, SSIW), instalacje elektryczne wewnętrzne i zewnętrzne niskiego i średniego napięcia, instalacje oświetlenia ulic, parkingów, parków, instalacje iluminacji obiektów.
9.	4CS Sp. z o.o.	Zielona Góra	Usługi w zakresie stolarki otworowej – drzwi, okna
10.	SIMA sc	Szprotawa	Detale architektoniczne
11.	Natalia Ślizowska	Gorzów Wielkopolski	Projektantka mody

**Misja do Hannoveru (Niemcy, kwiecień 2017r.) na targi Hannover Messe:**

Wartość: 111 100 zł

Wartość osobowa: 7 935,71 zł

Wkład własny MŚP: 1 464,13 zł

Pracownicy przygotowujący misję: Marzena Kubiak, Daniel Chalecki

Samorząd reprezentowali: Tadeusz Jędrzejczak, Członek Zarządu Województwa Lubuskiego oraz dwóch pracowników Centrum Obsługi Inwestorów i Eksporterów (COIE).

**MŚP:**

Lp.	Nazwa	Miasto	Zakres działalności
1.	Advanced Graphene Product Sp. z o.o.	Zielona Góra	produkcja grafenu
2.	AMP Sp. z o. o.	Chociule	produkcja urządzeń termotechnicznych i pieców próżniowych
3.	Remix S.A.	Świebodzin	produkcja linii technologicznych oraz pieców do obróbki cieplnej
4.	ASTOZI Tomasz Zięba	Nowa Sól	IT/ Produkcja urządzeń i rozwiązań w oparciu o technologie Industrial Internet of Things
5.	Sinersio Polska Sp. z o.o.	o/Nowa Sól	IT/ICT data center
6.	MAZEL S.A.	Nowa Sól	elektroenergetyka
7.	Prosper Advertising&Publishing Maciej Czerniawski	Gorzów Wlkp	IT
8.	Streamsoft Sp. z o.o. Sp. Kom.	Zielona Góra	IT
9.	This Way Krzysztof Mikołajczak	Gorzów Wlkp.	IT
10.	PageAndShop Sp. z o.o.	Gorzów Wlkp.	IT

**Misja do Miami (USA, czerwiec 2017r.):**

Wartość: 194 440 zł

Wartość osobowa: 13 888,57 zł

Wkład własny MŚP: 2 562,45 zł

Pracownicy przygotowujący misję: Elżbieta Rutkowska, Elżbieta Sielicka



Skład delegacji samorządowej: Elżbieta Anna Polak, Marszałek Województwa Lubuskiego, Małgorzata Łukiewska, Dyrektor Gabinetu Zarządu, Norbert Urbański, Zastępca Dyrektora, Elżbieta Rutkowska i Elżbieta Sielicka – pracownicy Departamentu Przedsiębiorczości i Strategii Marki.

**MŚP:**

Lp.	Nazwa	Miasto	Zakres działalności
1.	Martens Sp. z o.o.	Przytoczna	Produkcja wyrobów budowlanych z betonu
2.	Advanced Graphene Products	Zielona Góra	Produkcja farb, lakierów i podobnych powłok, farb drukarskich, mas uszczelniających
3.	Full Design Krzysztof Buchowski	Szprotawa	Biuro projektowe – kompleksowe projektowanie wnętrz budynków
4.	Elitwear Group Sp. z o.o.	Czechów (gm. Santok)	Produkcja wyrobów z drewna, produkcja wyrobów z korka, słomy, materiałów używanych do wyplatania
5.	This Way – Krzysztof Mikołajczak	Gorzów Wlkp.	Doradztwo w prowadzeniu działalności gospodarczej
6.	Prosper Advertising & Publishing	Gorzów Wlkp.	Przetwarzanie danych, zarządzanie stronami internetowymi
7.	SIMA Profile Elewacyjne Andrzej Teśluk	Szprotawa	Produkcja detali i profili architektonicznych na elewacje, sztukateria gipsowa.
8.	PHU ART.-FLOOR Artur Śniecikowski	Wilkanowo	Kompleksowe działanie w zakresie podłóg i ich montażu; przygotowanie podłoża; dobór odpowiedniego pokrycia; montaż; czyszczenie i konserwacja podłóg, montaż systemów czyszczących
9.	Fabryka Domów „Prefadom” Sp. z o.o.	Gorzów Wielkopolski	Realizacja inwestycji budownictwa mieszkaniowego i przemysłowego. Produkcja elementów żelbetowych
10.	ABG Sp. z o.o.	Zielona Góra	Projektowanie wodno-łądowe

**Misje planowane w roku 2017:**

Trwa obecnie otwarta rekrutacja na misję do **Kazachstanu (Astana/Ałmaty)** połączona z udziałem w **Astana EXPO 2017** i targach Kazbuild

Wartość szacunkowa: 152 193,94 zł;

Wartość osobowa: 10 871 zł;

Wkład własny MŚP: 2 562,45 zł

Pracownicy przygotowujący misję: Krzysztof Bortnowski, Arseniusz Woźny (Departament Przedsiębiorczości i Strategii Marki).

W maju tego roku rozpocznie się również otwarta rekrutacja na wyjazd biznesowy do **Republiki Korei oraz Chińskiej Republiki Ludowej** do regionu partnerskiego **Hainan**.

Wartość szacunkowa: 295 173,80 zł;

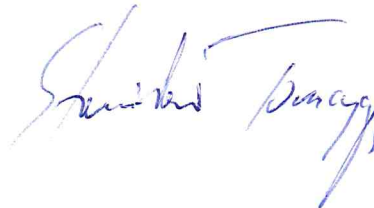
Wartość osobowa: 21 083,84 zł;

Wkład własny MŚP: 3 162,58 zł

Pracownicy przygotowujący misję: Justyna Śmielska-Saniuk, Paweł Hładki (Departament Przedsiębiorczości i Strategii Marki).

Zagraniczne misje handlowe Samorząd Województwa realizuje w ramach kompetencji i przy efektywnym wykorzystaniu środków unijnych. Ważnym aspektem jest także synergia działań samorządu z rządowymi kierunkami wsparcia eksportu oraz budowaniu wspólnej gospodarczej marki Polski.

*Z poważaniem*

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Śmielska-Saniuk' followed by a flourish.